



**Mémoire du Conseil des arts de Montréal
sur
*Le Plan d'action 2010-2014
du Réseau Accès culture
de la Ville de Montréal***

**présenté à la
Commission du Conseil municipal
sur le développement culturel et
la qualité du milieu de vie**

**Consultation publique
25 et 26 mai 2010**

LE CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL, PARTENAIRE DE LA DIFFUSION MUNICIPALE ET DE LA DÉMOCRATISATION CULTURELLE	3
UN BON PLAN D'ACTION.....	4
LES RECOMMANDATIONS DU CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL	6
L'offre.....	6
1. Payer les artistes à leur juste valeur	6
2. Ne pas augmenter l'offre globale	6
3. Complémentarité avec les diffuseurs indépendants.....	7
4. Une offre plus audacieuse	7
5. Inviter des programmeurs ou conservateurs indépendants pour diversifier l'offre et les publics	8
La demande.....	8
6. Mieux connaître le non-public	8
La demande (médiation et accompagnement).....	9
7. Davantage de médiation concertée.....	9
Les équipements	10
8. Mise aux normes d'abord	10
9. Améliorer le transport entre les lieux de diffusion.....	11
Les ressources	11
10. Meilleure promotion locale	11
CONCLUSION	12

LE CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL, PARTENAIRE DE LA DIFFUSION MUNICIPALE ET DE LA DÉMOCRATISATION CULTURELLE

Depuis près de 30 ans, à travers son programme de tournée, le Conseil des arts de Montréal est un partenaire incontournable de la diffusion municipale qui contribue à la démocratisation culturelle à Montréal. Il a joué un rôle structurant dans le déploiement du réseau de diffusion municipale. Il a très bien su accompagner, voire favoriser, le réseautage entre les différents lieux de diffusion municipaux.

Actuellement, les activités financées par le *Conseil des arts de Montréal en tournée* (spectacles, expositions, films, manifestations littéraires) représentent environ le quart de l'ensemble de l'offre culturelle municipale sur l'île de Montréal en nombre de compagnies, et le tiers des investissements. Cette part est aujourd'hui nettement plus basse qu'il y a vingt ans en raison de l'augmentation importante de l'offre programmée par les lieux municipaux de diffusions, particulièrement par Accès Culture, le réseau de la Ville de Montréal. Il demeure que dans certains lieux périphériques de l'agglomération (ADICÎM), la programmation est essentiellement composée d'activités venant du *Conseil des arts de Montréal en tournée*.

Si avec le temps l'offre culturelle du CAM a augmenté et s'est diversifiée, de leur côté les réseaux de diffusion de l'île de Montréal (Accès-Culture et ADICÎM) se sont professionnalisés et mieux équipés. En général, la vie culturelle des quartiers est plus riche artistiquement, même si l'offre municipale est inégalement répartie sur le territoire de l'île de Montréal comme le montre très bien le diagnostic.

Rappelons que le Conseil des arts de Montréal est né dans les années 50 de la volonté de faire de Montréal un centre important de création, de production et de diffusion artistiques professionnelles, pour assurer aux Montréalais ce « complément d'être », dont parlait le maire Jean Drapeau au moment de la création du Conseil. La création du ministère des Affaires culturelles du Québec, en 1961, fortement inspirée par André Malraux, visait également à favoriser la rencontre des citoyens avec les oeuvres d'art.

C'est ce même objectif de démocratisation culturelle qui inspira, vingt ans plus tard, la création de la première maison de la culture, mais aussi la mise en place des premiers programmes de tournée du Conseil des arts de Montréal, *Jouer dans l'Île* et *Exposer dans l'Île*. En 1991, avec le programme *Art et communauté*, le Conseil des arts fait un pas de plus en visant le développement de nouveaux publics et l'éveil de ceux-ci aux formes artistiques moins populaires. Le Conseil incite ainsi les diffuseurs municipaux à inclure davantage de théâtre jeune public et des disciplines plus exigeantes comme la danse et la musique contemporaine. L'originalité de *Art et communauté* est le financement d'activités de sensibilisation et de matériel pédagogique. Le Conseil innovait la même année en publiant le premier *Répertoire des compagnies jeunes publics*, répertoire qui sera repris plus tard par le ministère de la Culture et des Communications, pour l'ensemble du Québec. Très apprécié, le programme *Art et Communauté* multiplie les volets spécifiques pour inclure différentes disciplines : *Lire*

dans l'île, Entrez dans la danse et Cinéastes à votre porte ! (qui deviendra Action ! On tourne !). Le volet de sensibilisation de *Art et communauté* s'imposera rapidement comme l'épicentre des développements futurs apportés aux programmes de tournées.

En 2003, sous l'impulsion d'un exercice d'harmonisation des interventions du Conseil avec celles de la Ville de Montréal et des arrondissements, le Conseil décide de consolider l'aide à la diffusion et de regrouper tous ses programmes de tournées sous une seule et nouvelle identité, le *Conseil des arts de Montréal en tournée*. Parallèlement, la Ville de Montréal et son réseau municipal de lieux de diffusion prennent le virage de la médiation culturelle et occupent peu à peu la place créée par la disparition de programmes comme *Art et communauté*.

Accès Culture, avec ses 22 diffuseurs pluridisciplinaires et sa soixantaine de lieux de diffusion, est un réseau dont nous avons toutes les raisons d'être très fiers collectivement. Il fait l'envie de plusieurs grandes villes, au Canada et aux États-Unis, et ses acquis sont clairement observables. Pour les citoyens, auxquels il donne la chance de voir des œuvres de grande qualité, tout près de chez eux, et à prix très abordable quand ce n'est pas gratuitement, tout comme pour les organismes artistiques qui y font l'expérience de nouveaux publics, le réseau municipal de diffusion est très précieux.

UN BON PLAN D'ACTION

Mais tout n'est pas parfait, comme l'ont démontré le *Diagnostic du réseau municipal de diffusion culturelle Accès Culture Montréal* et le *Plan d'action du Réseau Accès Culture*. Ces rapports permettent en effet de bien comprendre les problématiques de la diffusion culturelle municipale à Montréal. Ils tiennent compte autant des caractéristiques territoriales locales que des particularités artistiques disciplinaires, et, dans une approche systématique, ils identifient clairement les enjeux actuels de la diffusion municipale et font des choix stratégiques pertinents.

Globalement le Conseil des arts adhère aux objectifs et aux principes directeurs du *Plan d'action*, avec quelques bonifications (nos recommandations) que nous détaillons plus loin. Parmi ces principes directeurs, le second et le troisième ont retenu davantage notre attention car, en encadrant mieux les actions du diffuseur, ils auront un impact sur la programmation et par conséquent sur les organismes artistiques désirant être diffusés sur la scène municipale.

Nous sommes aussi en accord avec le choix de consolider l'offre actuelle tout en la diversifiant et en accentuant la médiation. Une offre accrue de médiation fera évidemment davantage appel à la collaboration des artistes ou des organismes artistiques pour les réaliser. Cette conséquence, que nous voyons positive, exigera tout de même que les artistes ou les organismes artistiques s'adaptent et qu'ils ajoutent des projets de médiation à leur création. Même si une ressource supplémentaire en médiation était disponible dans chaque unité de diffusion, les organismes devront et

voudront aussi développer leur propre expertise en médiation. Plusieurs le font déjà en investissant temps et argent pour imaginer les meilleurs moyens de rapprocher l'œuvre et le public. Corollairement, ce sont les artistes pratiquant des disciplines moins accessibles, donc souvent moins nantis, qui sentent davantage le besoin de développer cette expertise. Pour que la médiation ne soit pas exclusivement financée par les artistes ou les organismes artistiques, il est essentiel d'augmenter les cachets et de compenser les coûts de la médiation.

L'impact de la culture sur l'économie de Montréal est important (7,8 milliards \$ ou 6% du PIB)¹ et les réseaux de diffusion municipaux contribuent certainement à développer cette richesse. Mais nous constatons aussi, comme la Chambre de commerce du Montréal Métropolitain, que « *les artistes, au cœur du secteur culture, en sont les moins fortunés* »². C'est pourquoi l'augmentation des cachets est notre première recommandation. Il est essentiel que les diffuseurs municipaux soient exemplaires dans la rémunération des artistes.

Quant à nos autres recommandations, elles visent essentiellement l'amélioration des conditions de l'expérience artistique tant pour le citoyen, que pour l'artiste et le diffuseur, afin que l'enchantement de la rencontre artistique opère.

¹ *La culture à Montréal : impacts économiques et financement privé*, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, nov. 2009.

² *Idem*, p. 5.

LES RECOMMANDATIONS DU CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL

L'offre

1. Payer les artistes à leur juste valeur

Actuellement les artistes qui sont diffusés dans le réseau Accès Culture sans l'aide du Conseil des arts sont souvent mal payés. Comme service public, les diffuseurs municipaux devraient pourtant être exemplaires dans leur pratique, et il est impérieux qu'ils rémunèrent les artistes à leur juste valeur. Les diffuseurs devraient donc payer l'ensemble des coûts liés à la diffusion d'une œuvre, incluant le travail de préparation spécifique à cette présentation. Ces coûts comprennent généralement :

- tous les droits d'auteurs à tous les concepteurs;
- le cachet d'artistes pour chaque représentation qui devrait être au moins égal aux normes minimales exigées par les associations professionnelles (Union des artistes, Guilde des musiciens, etc.);
- tout ce qui est lié à la technique (direction technique, techniciens, location d'équipement);
- le matériel promotionnel fourni par l'artiste;
- les droits d'exposition³.

Étant donné l'accent mis sur la médiation, le diffuseur devra aussi couvrir les frais que les artistes pourraient encourir pour préparer et réaliser le projet de médiation. Actuellement, les programmes de médiation culturelle de la Ville de Montréal viennent utilement en aide aux arrondissements et aux artistes pour la réalisation de ces initiatives.

Une résidence d'artiste s'inscrit dans un processus de création et doit permettre une utilisation optimale du lieu. Un programme de résidence artistique digne de ce nom comprend donc un montant qui permet à l'artiste de réaliser son travail de création. Selon les projets, ce montant peut comprendre aussi des rémunérations aux interprètes, aux techniciens ou aux concepteurs. S'il peut sembler intéressant, le simple prêt d'un espace sans autres services est souvent fort coûteux pour l'artiste, encore plus si la résidence est offerte en échange d'une représentation du spectacle.

2. Ne pas augmenter l'offre globale

Le Conseil est aussi en accord avec le choix de prioriser la consolidation de l'offre dans le réseau. L'offre actuelle est abondante, mais ne se fait toujours dans les meilleures conditions, ni pour le spectateur ou le visiteur, ni pour l'artiste. L'augmentation de l'offre ne doit pas se faire au détriment des artistes ou de la qualité de l'expérience pour les

³ Selon la grille tarifaire établie conjointement par le Regroupement des artistes en arts visuels du Québec (RAAV) et le Canadian Artists' Representation/Le Front des artistes canadiens (CARFAC).

citoyens. Nous avons aussi constaté que si la fréquentation globale a crû sensiblement au même rythme que le nombre de représentations, la fréquentation moyenne par activité est demeurée constante depuis le début des années 90. Il est peut-être temps de travailler davantage à augmenter cette moyenne plutôt que la quantité totale de l'offre.

Il ne faut donc pas uniquement évaluer les succès d'une programmation sur la quantité des activités présentées ou sur la fréquentation totale. Les critères pour évaluer la performance des diffuseurs doivent tenir compte de la qualité du service donné tant aux citoyens qu'aux artistes, et aussi des défis, des moyens de promotions disponibles, de la prise de risque et du succès à rejoindre des nouveaux publics ou des publics éloignés.

3. Complémentarité avec les diffuseurs indépendants

Le réseau Accès Culture est un service de proximité, financé par les citoyens. Les membres du réseau se doivent de respecter l'écologie de la diffusion à Montréal. Ils doivent ainsi travailler en complémentarité avec les diffuseurs indépendants, spécialisés ou pluridisciplinaires. Les diffuseurs peuvent alors occuper des créneaux que la diffusion indépendante n'est pas en mesure de faire en offrant une programmation différente et complémentaire. La complémentarité peut aussi prendre la forme d'une collaboration avec des événements ou des off-événements.

Dans le cadre de son programme de tournée, le Conseil des arts de Montréal applique déjà ce principe. Dans les arts de la scène, seules des reprises de spectacles ou de concerts récents sont offerts pour la tournée. En arts visuels, des expositions qui ne pourraient se faire sans l'intervention du Conseil sont aussi incluses dans l'offre de diffusion.

4. Une offre plus audacieuse

Les orientations propres à la diffusion municipale telles qu'énumérées au 3^e principe du Plan d'action (et que l'on retrouve aussi dans les 3^e et 16^e recommandations de la *Politique de développement culturel de la Ville de Montréal*), donnent la prépondérance à la relève, à l'innovation et à la diversité. Ce choix est parfaitement en accord avec les propres orientations stratégiques du Conseil des arts de Montréal.

À ce point, nous voulons insister sur l'importance d'augmenter la part de la diversité culturelle dans la programmation : l'objectif d'augmenter cette part de 9 % à 15 % d'ici 2014 nous apparaît bien modeste. Déjà, dans l'offre du Conseil des arts de Montréal en tournée, la diversité représente plus de 20 %.

Pour être conséquents avec ces orientations, les diffuseurs devront bien jouer leur rôle d'incubateur en prenant davantage de risque. La prise de risque entraîne nécessairement une meilleure promotion, davantage d'accompagnement et de

médiation. Conscients de ces difficultés, nous cherchons au Conseil des arts, à aider au niveau de la promotion en développant des outils communs et flexibles qui viennent soutenir la promotion. Ce rôle d'incubateur du diffuseur municipal doit être renforcé.

5. Inviter des programmeurs ou conservateurs indépendants pour diversifier l'offre et les publics

La programmation d'une saison d'activités est un exercice d'équilibre qui demande une bonne connaissance des publics et des oeuvres artistiques. Une tâche que les agents accomplissent avec doigté et savoir-faire. On reconnaît toutefois, au chapitre de la demande, que les moins de 35 ans, les anglophones et les citoyens qui ont une scolarité de niveau élémentaire et secondaire fréquentent peu le réseau. Il en est de même des familles et des citoyens issus de l'immigration.

Une meilleure connaissance des pratiques de ces publics cibles permettrait sûrement de moduler l'offre soit en termes de contenu ou de format de présentation. Pour diversifier les publics, il faut diversifier l'offre. Il faut une meilleure adéquation entre l'offre et les publics actuellement ciblés dans le Plan d'action.

Ces expertises existent en dehors du réseau Accès Culture. Par exemple, chez les jeunes et dans les communautés culturelles, il y a des artistes ou des directeurs artistiques qui accepteraient avec plaisir de partager leurs connaissances des oeuvres et des publics dans leurs champs d'expertise. Ils seraient aussi satisfaits de bénéficier de l'expérience des agents programmeurs. Et ces derniers pourraient partager leurs réalités particulières de diffuseurs municipaux.

Nous croyons que les diffuseurs auraient tout à gagner à inviter occasionnellement des programmeurs ou conservateurs externes pour une partie de leur programmation. Que ce soit des cartes blanches ou une série thématique spéciale, la diversification de l'offre va de pair avec celles des publics.

La demande

6. Mieux connaître le non-public

Généralement, la connaissance des publics est fort empirique pour tout le monde, tant de la part des diffuseurs que des artistes. Pourtant, le défi de la démocratisation culturelle aujourd'hui consiste à élargir l'accès à la culture à tous ces gens qui ne sortent pas pour aller dans les lieux de diffusion, ceux qui constituent le non-public.

Qui sont les 72 citoyens sur 100 qui ne sont pas spectateurs? Qui sont les 90 qui ne visitent pas d'exposition? Comment les intéresser aux oeuvres et à la création artistique? Quels sont les obstacles à leur présence dans les lieux de diffusion? Est-ce l'ignorance de l'existence même des lieux? Le manque de transport? Le manque de temps? Croient-ils que c'est cher? Vivent-ils un éloignement culturel, une exclusion

sociale (réelle ou ressentie)? Sont-ils timides ou ont-ils peur de ne pas comprendre, d'être jugés? Manque-t-il simplement d'intérêt?

La dernière *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, publiée en 2009 par le ministère de la Culture, des Communications et des la Condition féminine du Québec, consacre un chapitre sur les pratiques culturelles des Montréalais. Cette enquête donne des pistes de réponse quant aux obstacles :

Si, au centre de l'île de Montréal, il y a une correspondance certaine entre l'offre et la demande, ce n'est pas le cas dans l'est et dans l'ouest. Des facteurs liés au revenu et à la scolarité, plus élevés au centre, peuvent expliquer ces différences. Il n'en demeure pas moins que les résidents des autres parties du territoire montréalais fréquentent dans une proportion moindre que ceux du centre les salles de spectacle. Ils se situent souvent en marge des activités culturelles se déroulant dans l'espace public, préférant celles associées à l'espace privé, notamment la consommation à domicile des produits culturels offerts par les médias. Il est aussi remarquable de constater que l'activité culturelle associée à l'espace privé s'accompagne d'un intérêt pour l'information locale et l'engagement communautaire parmi les Montréalais des différentes parties du territoire. À Montréal, la réalité territoriale constitue ainsi un déterminant fondamental du déploiement et de la gestion de la culture. (p. 374)

Dans la même étude, les trois principaux obstacles à la fréquentation identifiés pour l'ensemble de l'offre culturelle à Montréal sont le manque d'intérêt, la distance et le prix. Il y a cependant une variabilité importante entre le type de sorties culturelles (musées, bibliothèques, spectacles, cinéma), les trois groupes linguistiques (francophones, anglophones et allophones) et les subdivisions du territoire montréalais (Ouest, Centre et Est). L'étude ne précise pas non plus ce que « manque d'intérêt » veut dire. Il serait intéressant de savoir ce qui se cache derrière ce manque d'intérêt, notamment face à l'offre des diffuseurs municipaux. Est-ce lié à des lacunes réelles (de connaissance, d'éducation, d'information, de temps), à une mauvaise expérience (face au contenu ou face à l'accueil) ou à une offre qui ne correspond vraiment pas aux attentes.

La demande (médiation et accompagnement)

7. Davantage de médiation concertée

La médiation et l'accompagnement sont au centre de l'action des diffuseurs municipaux. C'est ce qui les caractérise parmi l'ensemble des acteurs culturels. Une stratégie de médiation culturelle est certainement un excellent moyen pour lever certains des obstacles à la fréquentation et l'appréciation des arts et de la culture. En multipliant des formes d'interactions entre les œuvres et les publics, les diffuseurs pourront mieux répondre au défi actuel de la démocratisation culturelle et tenter de mieux rejoindre les personnes qui ne fréquentent pas ou peu les arts.

C'est pourquoi la cible de 49 projets de médiation en 2014 nous apparaît fort peu ambitieuse. Ce maintien de la situation qui prévaut actuellement déçoit dans le cadre d'un plan d'action qui met l'accent, avec raison, sur la médiation culturelle. Il est souhaitable que dans quatre ans, le nombre de projets de médiation soit augmenté de façon plus significative.

Une des choses importantes que le Conseil des arts a appris au cours de ses années d'expérience dans la sensibilisation des publics est que la médiation se fait le mieux en collaboration. La médiation culturelle est aussi déjà pratiquée avec succès par plusieurs organismes artistiques, notamment par les compagnies jeunes publics. L'Orchestre Métropolitain, Espace Libre, Culture pour tous, La Danse sur les routes du Québec, la Maison Théâtre pour l'enfance et la jeunesse, sont quelques exemples parmi de nombreux autres. Les diffuseurs doivent travailler en collaboration avec les milieux artistiques pour bénéficier de cette expertise en matière de médiation. L'implication des artistes et des organismes dans l'élaboration et le suivi des stratégies ou des programmes de médiation est essentielle pour assurer le succès de ces opérations.

Les équipements

8. Mise aux normes d'abord

S'il faut choisir, il faut prioriser la mise aux normes des équipements actuels qui sont pour la plupart désuets ou insuffisamment dotés techniquement. La pauvreté des équipements techniques fait augmenter les frais de présentation des spectacles ou d'exposition en allongeant les temps de montage technique ou les frais de location de matériels. C'est parfois un obstacle à la présentation de certains projets artistiques.

Cette mise aux normes doit permettre de présenter un maximum de disciplines avec du matériel technique adéquat, facilitant la présentation des œuvres les plus innovantes. Actuellement, plusieurs salles ont de la difficulté à faire une projection de cinéma, ne disposant pas de projecteurs adéquats. De bons projecteurs serviraient aussi la présentation des arts de pointe comme les arts numériques. Il ne faudrait pas non plus oublier les arts du cirque, en plein développement à Montréal, qui ont besoin, par exemple, d'ancrages solides pour les agrès.

Les budgets de la Ville devraient aussi permettre la construction de nouveaux équipements culturels en donnant la préséance aux secteurs les plus mal desservis depuis le plus longtemps.

9. Améliorer le transport entre les lieux de diffusion

Le Service de transport de Montréal dessert inégalement les différents lieux de diffusion avec des horaires qui correspondent mal à ceux des représentations. Mais il est aussi souvent difficile de circuler d'un lieu de diffusion municipal à l'autre. Pourquoi ne pas mettre en place une navette pour relier, dans un circuit circulaire, plusieurs des lieux de diffusion avec un horaire adapté aux heures de spectacles ou d'expositions. Cette idée nous a été inspirée par le Musée d'art de Joliette qui a augmenté sa fréquentation en instaurant une navette le reliant au centre-ville de Montréal.

Les ressources

10. Meilleure promotion locale

Le Plan d'action vise aussi juste en cherchant à améliorer les communications et la promotion. En particulier, la promotion locale qui est faible et souvent déficiente en dehors du lieu même ou du réseau local. Tel que suggéré dans le plan, l'ajout de ressources en communication dédiées à la diffusion est essentiel pour améliorer la promotion de ces activités. Les organismes qui font la tournée sont également prêts à collaborer davantage avec les diffuseurs pour participer à la promotion de leur spectacle ou exposition.

Mais c'est aussi la notoriété de chaque lieu dans son propre territoire qui devrait être augmentée. Bien que ce soit variable d'un territoire à l'autre, les lieux de diffusion pourraient être mieux connus et appréciés de leur population. Chaque citoyen d'un arrondissement devrait être fier de sa maison de la culture ou de son centre culturel, même s'il ne la fréquente pas ou peu. Au minimum, il devrait connaître son existence et croire en son dynamisme et son importance pour la vie de son quartier. Le lieu de diffusion municipale doit se positionner au cœur de la vie culturelle de son territoire.

CONCLUSION

L'Agglomération de Montréal est dotée d'un réseau de diffusion unique dont les Montréalais peuvent être fiers. Les lieux de diffusion des réseaux Accès Culture et ADICÎM, en conjonction avec le programme de tournées du Conseil des arts de Montréal et les programmes de médiation de la Ville de Montréal, forment un ensemble exceptionnel, qui s'est construit sur des idéaux de démocratisation culturelle. Maintenant que ce réseau est relativement bien en place, il faut l'aider à se déployer et lui permettre de contribuer pleinement au développement de Montréal, métropole culturelle.

Le défi général du diffuseur municipal est de sensibiliser les citoyens à la culture et à l'art, de développer, voire former, des publics et participer au développement artistique. Pour ce faire, il dispose d'un lieu qu'il doit rendre dynamique et convivial, attirant pour les citoyens et les créateurs. Il doit trouver un juste équilibre entre la prise de risque (innovation, diversité, relève), la complémentarité dans l'écologie de la diffusion et la connaissance de la population de son territoire. Il travaille le plus souvent avec des partenaires locaux et régionaux et des artistes professionnels et amateurs. Son lieu doit se positionner au cœur de la vie culturelle de son territoire.

Le diagnostic et le plan d'action qui nous ont été présentés sont des documents structurés et utiles, les objectifs et les cibles qui en émanent sont clairs et réalistes. Ce travail enrichit sans aucun doute l'exercice de consultation menée par la Commission du Conseil municipal sur le développement culturel et la qualité du milieu de vie.

Accès Culture est un partenaire essentiel pour le Conseil des arts de Montréal, et nos recommandations visent fondamentalement à bonifier les actions et les pratiques du réseau. Celui-ci pourra ainsi jouer entièrement son triple rôle de diffusion, de médiation et d'incubation, avec l'idée forte de faire de la rencontre entre l'art et le citoyen une expérience enrichissante pour tous.